

УДК 338.5

Е. А. Синельникова (Selena.best@tut.by),
аспирант*Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь*

РЕСТРУКТУРИЗАЦИЯ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В ТОРГОВЛЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

В статье определены предпосылки для реструктуризации существующего ценообразования в торговых организациях потребительской кооперации. Также предложена схема реструктуризации ценообразования в торговле потребительской кооперации, предполагающая последовательную реализацию трех ступеней реструктуризации: качественное изменение методологии формирования цен, реинжиниринг процесса формирования цен и модификация выбора модели расчета уровня торговой надбавки. Сформулированы предложения по реализации ступеней реструктуризации.

The article defines the prerequisites for the restructuring of current pricing in trade organizations of consumer cooperative. The author suggests a scheme of restructuring of the pricing in trade of consumer cooperation, which involves consistent implementation of the three stages of the restructuring: qualitative change in the price methodology, reengineering process of price formation, modification of the selection model for calculating the level of trade allowances. The proposals for the implementation of the steps of restructuring have been formulated.

В современных экономических условиях реструктуризация ценообразования выступает как инструмент его инновационного развития. Реструктуризация ценообразования в торговле потребительской кооперации предполагает целенаправленный процесс структурных модификаций ценообразования, направленный на формирование единой системы ценообразования, повышение конкурентоспособности торговых организаций, увеличение уровня дохода от реализации в торговле потребительской кооперации. Сложились определенные предпосылки для реструктуризации существующего ценообразования в торговых организациях потребительской кооперации:

- формирование рыночных отношений в Республике Беларусь;
- необходимость пересмотра определения понятия «цена» для социально ориентированной рыночной экономики;
- либерализация экономики страны, в том числе ценообразования;
- развитие социальной ответственности организаций;
- усиление конкуренции со стороны крупных торговых сетей;
- устойчивая тенденция потери позиций потребительской кооперации на рынке страны;
- формирование единой торговой сети.

Проведение реструктуризации ценообразования в торговле потребительской кооперации является важнейшим из условий экономических преобразований с целью интеграции потребительской кооперации в новые экономические отношения страны.

Механизм осуществления реструктуризации ценообразования в торговле потребительской кооперации представлен в виде схемы последовательной реализации трех ступеней (рисунок 1).



Рисунок 1 – Схема реструктуризации ценообразования в торговле потребительской кооперации

Первая ступень реструктуризации ценообразования, такая как качественное изменение методологии формирования цен, является фундаментальной, поскольку именно с помощью методологии закрепляются основные положения и определяются правила формирования цен, которые не меняются в зависимости от того, кто и на какой срок устанавливает цены, и едины для всех уровней установления цен. На основании анализа существующей методологии формирования цен разработаны предложения по ее изменениям, представленные в таблице, приведенной ниже. Исследование методологии формирования цен – необходимое условие создания единой системы ценообразования, действующей в экономике потребительской кооперации.

Предложения по изменению методологии формирования цен в потребительской кооперации

Исходное состояние	Изменение
<i>1. Использование нормативных актов на разных уровнях (республиканский, областной, местный, отраслевой)</i>	
1.1. Нормативно-законодательная база государственного регулирования цен. 1.2. Отраслевые постановления, рекомендации	1.1. Остается без изменений. 1.2. Разработка концепции (программы) ценообразования в потребительской кооперации, отражающей единую систему ценообразования, определение сроков пересмотра отдельных положений для поддержания актуальности и соответствия экономическим условиям в стране
<i>2. Совокупность общих положений (правил) и методик расчета цены</i>	
Формирование цен в рамках государственной методологической концепции без учета особенностей потребительской кооперации	Разработка отдельных алгоритмов принятия решений по вопросам формирования цен на социально значимые товары, цен с неограниченной торговой надбавкой, цен на товары, поступающие в розничную торговую сеть через оптовые организации, цен для пайщиков; порядка округления розничных цен, дооценки, уценки розничных цен и предоставления скидок с розничных цен

Окончание

Исходное состояние	Изменение
<i>3. Принципы и методы разработки прогнозируемой концепции и стратегии ценообразования</i>	
Раздел бизнес-плана районного потребительского общества	Отдельная программа развития ценообразования потребительской кооперации
<i>4. Определение и обоснование цен</i>	
4.1. Отсутствие процессного подхода в формировании цен. 4.2. Наличие внутрисистемных цен	4.1. Реинжиниринг процесса формирования цен. 4.2. Использование трансфертных цен
<i>5. Формирование системы цен</i>	
Характер формирования системы цен определяется принципами ценообразования (принцип научности не соблюдается, принцип целевой направленности определен не точно, принцип непрерывности присутствует, принцип единства ценообразования и контроля применяется)	Соблюдение научного обоснования цен (анализ влияния на ценообразование тенденций развития рыночной экономики), определение целевой направленности – приоритета решения социальных и (или) экономических проблем
<i>6. Управление ценообразованием</i>	
В процессе ценообразования принимают участие экономист по ценам, торговый отдел, заместитель председателя по торговле, главный бухгалтер	Автоматизированная система формирования цен
<i>7. Контроль цен</i>	
Не уделяется достаточно внимания аналитическому контролю цен	Аналитический контроль цен (аналитические расчеты влияния цен на результативность деятельности организации, соответствие целям)

Второй ступенью реструктуризации ценообразования является реинжиниринг процесса формирования цен. Определение и обоснование цен – важный составной элемент методологии

формирования цен. Реинжиниринг относится к приемам инновационного менеджмента и заключается в фундаментальном переосмыслении и радикальном перепроектировании деловых процессов для достижения резких, скачкообразных улучшений в решающих, современных показателях деятельности организации. Так, с помощью CASE-средства AllFusion Process Modeler r7 смоделировано взаимодействие этапов процесса ценообразования с использованием функциональной модели AS-IS («как есть»), предназначенной для описания существующего процесса формирования цен в организации, и модели TO-BE («как должно быть», т. е. идеальное положение вещей, к чему нужно стремиться). Анализ функциональной модели AS-IS (рисунок 2) позволил выявить недостатки смоделированного процесса: неуправляемый процесс анализа цен конкурентов, отсутствие обратных связей по управлению выбора метода ценообразования и анализа цен конкурентов, нерациональное использование отдельных этапов, отсутствие необходимых этапов. Найденные в модели недостатки исправлены при создании модели TO-BE – модели новой организации процесса ценообразования (рисунок 3). Применение реинжиниринга процесса ценообразования позволит повысить эффективность управления ценообразованием и конкурентоспособность организации в целом.

Третья ступень заключается в модификации выбора модели расчета уровня торговой надбавки. На этапе установления окончательной цены предметом процесса формирования цены в торговле выступает ее структурный элемент – торговая надбавка. Именно этот элемент цены товара характеризует цену торговых услуг, предлагаемых покупателю при его реализации. И только данный элемент цены с учетом конъюнктуры потребительского рынка, условий своей хозяйственной деятельности, уровня цены производителя и других факторов торговая организация формирует самостоятельно. Модификация состоит в применении системы дифференцированных уровней торговых надбавок, а также розничных цен на реализуемые товары, разработке мероприятий обеспечения оперативной их корректировки в зависимости от изменений ситуации на потребительском рынке и условий хозяйствования. Выбор модели расчета уровня торговой надбавки представляет собой алгоритм, в рамках которого определяются конкретный набор используемых параметров и порядок их применения.

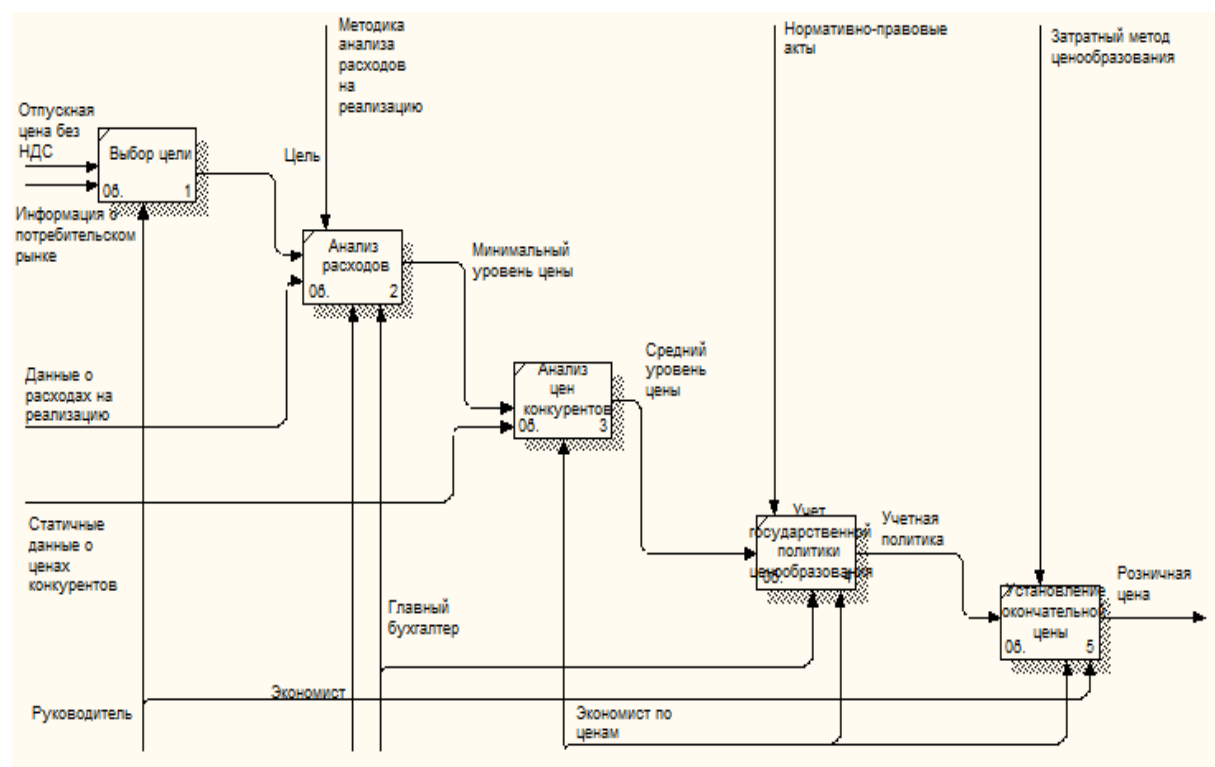


Рисунок 2 – Диаграмма декомпозиции модели AS-IS процесса ценообразования в торговле потребительской кооперации

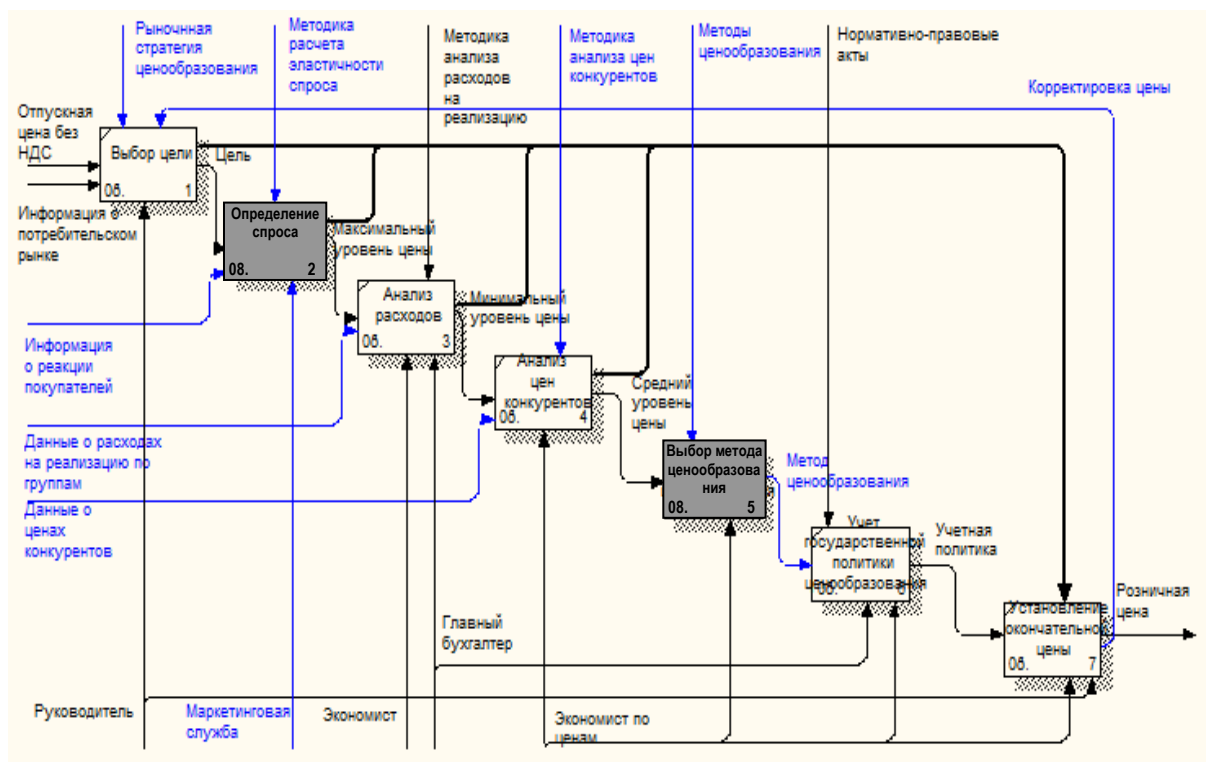


Рисунок 3 – Диаграмма декомпозиции модели TO-BE процесса ценообразования в торговле потребительской кооперации

Поскольку до недавнего времени субъекты хозяйствования Республики Беларусь не принимали самостоятельных решений по вопросам ценообразования, практика пришла к тому, что требуется алгоритм выбора модели расчета уровня торговой надбавки для решения этой проблемы.

Реализация реструктуризации ценообразования в торговле потребительской кооперации – одна из самых сложных управленческих задач, в процессе которой необходимо учитывать последовательность осуществления ступеней, огромное количество ограничений, особенности управления ценами. Для этого разработаны предложения по совершенствованию ценообразования на каждой из ступеней реструктуризации, которые нацелены на повышение результативности деятельности с целью форсировать негативные тенденции, сложившиеся в потребительской кооперации.